

УДК 620  
ББК 36-9  
Т 11

Автор-составитель Л. В. Целикова, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты: С. А. Дробышев, эксперт сектора строительных, технических, товароведческих, экономических экспертиз отдела технических экспертиз Управления Государственного Комитета судебных экспертиз Республики Беларусь по Гомельской области;  
Е. Г. Кикинева, канд. техн. наук, доцент кафедры коммерции и логистики Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Рекомендован научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 5 от 12 июня 2017 г.

**Теоретические** основы товароведения (в отрасли) : практикум  
Т 11 для реализации содержания образовательных программ высшего образования I ступени / авт.-сост. Л. В. Целикова. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2020. – 48 с.  
ISBN 978-985-540-526-0

Практикум предназначен для студентов специальности 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство». В издании приведены задания лабораторных работ, основные теоретические сведения, контрольные вопросы.

УДК 620  
ББК 36-9

**ISBN 978-985-540-526-0**

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2020

## **ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА**

Практикум по учебной дисциплине «Теоретические основы товароведения (в отрасли)» разработан в соответствии с учебной программой по данной дисциплине для студентов 1-25 01 14 «Товароведение и торговое предпринимательство».

Цель лабораторных занятий по данной дисциплине заключается в том, чтобы оказать помощь студентам в освоении нового материала, дополнить и закрепить знания, полученные на лекциях и добытые при самостоятельном изучении учебной литературы, приобрести навыки и умения по теоретическим вопросам современного товароведения.

Занятия выполняются в аудиториях кафедры товароведения, где должны быть подготовлены каталоги товаров, НПА и ТНПА, методическая литература, натуральные образцы, мультимедийный комплекс. С этой целью в группе назначается дежурный, который принимает аудиторию под личный документ. После окончания работы студенты приводят в порядок свое рабочее место, дежурный сдает материальное обеспечение по изучаемой теме работнику лаборатории.

В начале лабораторного занятия проводится проверка степени подготовленности студентов к нему путем устного, письменного опросов, тестирования или других видов контроля.

По результатам опроса проставляются оценки, являющиеся допуском к выполнению заданий лабораторного занятия.

Студенты, не изучившие теоретический материал по соответствующей теме, к занятиям не допускаются.

Методика проведения лабораторных занятий имеет свои особенности, на которые следует ориентироваться студентам. Поскольку на них выполняются как теоретические, так и задания практического характера, то предполагается, что студенты знакомятся с содержанием теоретического задания работы заранее до начала занятия. При подготовке к нему студенты, помимо конспектов лекций и учебников, должны использовать рекомендованные дополнительные литературные источники и интернет-ресурсы по соответствующим вопросам. При выполнении данного задания студенты могут выступать по собственной инициативе по любому вопросу рассматриваемой темы или по указанию преподавателя. Студент должен дополнять, уточнять сообщения других выступающих, т. е. проявлять активность, демонстрировать уровень подготовленности и эрудиции по вопросам.

Что касается заданий практической направленности, то они выполняются после краткого инструктажа преподавателя по особенностям выполнения работы. Он может проводиться сразу по работе или

постепенно по мере выполнения каждого задания с контролем по его выполнению. В процессе выполнения заданий студенты работают самостоятельно, обращаясь бережно с образцами, наглядными пособиями и литературой.

В конце занятия преподаватель подводит итоги работы и оценивает ответы и работу студентов.

Для подготовки и выполнения лабораторных работ студенты заводят отдельную тетрадь, объемом не менее 48 листов.

На первом листе рабочей тетради дается перечень тем работ, предусмотренных к выполнению в методических указаниях, по форме таблицы 1.

**Таблица 1 – Перечень тем лабораторных работ**

№ п/п	Дата	Тема лабораторного занятия	Учебное время	Подпись преподавателя
-------	------	----------------------------	---------------	-----------------------

По каждой работе составляется письменный отчет и представляется преподавателю для зачета. Он проставляется преподавателем в соответствующей графе данной таблицы. Небрежно или не полностью выполненная работа не зачитывается и выполняется повторно.

Зачеты сдаются по мере отработки каждой работы. При этом студент должен знать методику и технику выполнения работы, уметь объяснить смысл полученных результатов.

Студенты, не отработавшие полностью занятия, к зачету не допускаются.

### ***ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ЛАБОРАТОРНЫХ ЗАНЯТИЙ***

Тема	Количество часов
1. Изучение классификации непродовольственных товаров	4
2. Изучение кодирования непродовольственных товаров	2
3. Изучение свойств и показателей ассортимента непродовольственных товаров	2
4. Изучение потребительских свойств непродовольственных товаров	2
5. Оценка качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров (деловая игра)	4
6. Упаковка непродовольственных товаров	2
7. Информационное обеспечение непродовольственных товаров	2
Всего	18

## **ЗАДАНИЯ ЛАБОРАТОРНЫХ РАБОТ**

### **Работа 1. ИЗУЧЕНИЕ КЛАССИФИКАЦИИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

**Цель работы:** изучить сущность, структуру, правила, принципы и методы классификации непродовольственных товаров; ознакомиться с основными видами классификации товаров, проанализировать классификацию товаров в торговле.

**Контроль усвоения:** устный опрос или тестирование.

*Литература:* [3], [4], [6].

#### ***Материальное обеспечение***

1. СТБ 6.01.1. Единая система классификации и кодирования технико-экономической информации. Основные положения.

2. ОК РБ 007-2012. Классификатор продукции по видам экономической деятельности // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.

3. ТН ВЭД // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.

4. Республика Беларусь в цифрах (за последний год) : краткий статистический сборник. – Минск : М-во статистики и анализа Республики Беларусь.

5. ТНПА, содержащие раздел «Классификация товаров» для конкретной товарной группы или товара.

6. Линейки.

#### ***Основные теоретические сведения***

Правила классификации предназначены для выбора разновидностей метода и признаков, по которым осуществляется деление множества на подмножества.

Научно обоснованная классификация товаров должна соответствовать следующим правилам классификации.

Назовем *общие правила классификации*:

- Классификация должна быть адекватной или соразмерной.

Это означает, что классификационные группировки как члены деления на одной ступени или в одном фасете составляют объем дели-

мого множества и никакой объект, не включенный в него, не должен быть введен ни в одну из классификационных группировок и не должен быть выпадать из них в процессе деления.

Неполной следует считать классификацию тканей на шерстяные и шелковые (отсутствуют хлопчатобумажные и льняные ткани). Излишние группировки присутствуют в классификации тканей по назначению на шерстяные, платьевые, костюмные, пальтовые (излишняя группировка «шерстяные»).

- Классификацию следует производить по одному основанию на одной ступени.

Несоблюдение этого правила можно наблюдать при классификации мебели на бытовую, деревянную, для сидения, для лежания. В данном случае деление проведено одновременно по трем признакам: назначению, материалу, функциональному использованию.

- В качестве основания классификации выбирается не произвольно взятый, а существенный признак, присущий классифицируемой совокупности объекта.

Нельзя, например, разделить мебель по количеству полок, фотоаппараты – по количеству кнопок на панели управления; деление множества следует начинать с наиболее общих и существенных признаков, осуществляя постепенный переход к менее значимым – от большего к меньшему, от общего к частному. Так, деление трикотажных товаров следует начинать с признака назначения, а не по виду применяемой фурнитуры и отделки.

- Классификация должна быть непрерывной, переходящей последовательно по всем ступеням.

- Классификационные группировки на одной ступени классификации должны исключать друг друга, т. е. один и тот же объект классификации необходимо располагать только в одной группировке данной ступени деления, а не в двух или более одновременно.

- Необходимо установить оптимальное число признаков, ступеней и глубину классификации.

### **Задание 1.1. Изучение сущности и основных понятий в области классификации непродовольственных товаров**

Изучив соответствующий материал по литературным источникам и конспекту лекций, подготовьте в устной или реферативной форме (по заданию преподавателя) ответы по следующим вопросам:

1. Классификация как метод товароведения: сущность, основные элементы, их характеристика.
2. Основные правила классификации.
3. Основные принципы классификации.
4. Приведите примеры нарушения правил и принципов классификации.
5. Перечислите основные методы классификации товаров, применяемые в товароведении, определите их сущность.
6. Достоинства и недостатки фасетного метода классификации.
7. Достоинства и недостатки иерархического метода классификации.
8. Виды классификации товаров: международная, статистическая, по ОКП, товароведная, стандартная, учебная.
9. Укажите признаки, используемые в учебной классификации товаров.
10. Приведите примеры существующих видов классификаторов.
11. Охарактеризуйте принципы построения ОК РБ 007-2012 Классификатор продукции по видам экономической деятельности.
12. Охарактеризуйте принципы построения товарной номенклатуры внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД).
13. Классификатор стандартов: понятие, построение, роль и значение в товароведной практике. Система ИПС-стандарт.

### **Задание 1.2. Изучение основных терминов и определений в области классификации товаров по ТНПА**

Пользуясь СТБ 6.01.1 «Единая система классификации и кодирования технико-экономической информации. Основные положения», изучите основные термины и определения, элементы классификации товаров народного потребления.

Результаты работы оформите в произвольной форме, используя приложения А и Б.

### **Задание 1.3. Изучение иерархической системы классификации непродовольственных товаров**

Используя раздел «Содержание» учебника по товароведению, представьте схему классификацию непродовольственных товаров с помощью иерархического метода на трех уровнях и укажите:

- объект классификации;
- основание классификации;
- количество классификационных группировок;
- количество ступеней классификации;
- глубину классификации;
- емкость классификации.

Отметьте достоинства и недостатки иерархического метода классификации товаров. Укажите, какие правила могут нарушаться при классификации данным методом.

Результаты работы оформите в произвольной форме.

#### **Задание 1.4. Изучение фасетной системы классификации непродовольственных товаров**

Используя раздел «Содержание» учебника по товароведению, постройте классификацию товаров фасетным методом. Отметьте достоинства и недостатки этого метода.

Результаты работы оформите в произвольной форме.

#### **Задание 1.5. Изучение основных видов классификации непродовольственных товаров**

Используя статистические сборники, классификаторы, ТН ВЭД, учебники по товароведению, стандарты, изучите возможные виды классификации товаров, основные подходы (построение) и классификационные признаки в них, методы классификации. Установите достоинства и недостатки изученных видов классификаций.

Результаты работы представьте в виде схемы или таблицы (на примере конкретной товарной группы (или товара) с учетом основных классификационных признаков), используя приложение В.

#### **Задание 1.6. Контрольное (вариант указывается преподавателем)**

Сгруппируйте нижеприведенные классификационные группировки по признакам общности, используя форму таблицы 2, после чего графически изобразите классификацию товаров иерархическим и фасетным методом.

Таблица 2 – Группировка товаров по признакам общности

№ фасеты или уровня	Признак классификации	Классификационные группировки
------------------------	-----------------------	----------------------------------

*Вариант 1.* Пальто: зимние, осенне-весенние, летние, мужские, женские, для девочек, для мальчиков, однобортные, двубортные, прилегающие, полуприлегающие, прямые, трапецевидные.

*Вариант 2.* Ручки: школьные, перьевые, шариковые, металлические, пластмассовые, деревянные, чернильные, пастовые, канцелярские.

*Вариант 3.* Посуда стеклянная: выдувная, хрустальная, прессованная, кухонная, столовая, стаканы, графины, бокалы, из жаростойкого стекла, ситаллового стекла, цветная, бесцветная, с гравировкой, живописью, цветными нитями, ушком, отводкой.

*Вариант 4.* Белье трикотажное: трусы, кальсоны, плавки, спортивное, бытовое, женское, мужское, детское, песочница, шорты, пеньюар, хлопковое, вискозное, верхнее, нижнее, сорочки мужские.

*Вариант 5.* Петли для дверей и окон: мебельные, для окон, дверей; штампованные, стальные, литые, из алюминиевых сплавов, лакированные, неразъемные, никелированные, разъемные, пружинные, воротные, гаражные.

*Вариант 6.* Холодильники: компрессионные, термоэлектрические, напольные, переносные, настенные, двухкамерные, в виде стола, шкафа, однокамерные, трехкамерные, стационарные, европейского и американского типа.

*Вариант 7.* Ткани: хлопчатобумажные, полушерстяные, шелковые, платьевые, бельевые, ситцы, бязи, отбеленные, в горошек, чистошерстяные, специальные, саржевого и полотняного переплетения, драпы, суровые, с водонепроницаемой отделкой.



## Работа 2. ИЗУЧЕНИЕ КОДИРОВАНИЯ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

**Цель работы:** изучить сущность, структуру, правила, принципы и методы кодирования товаров народного потребления.

**Контроль усвоения:** устный опрос или тестирование.

Л.: [3], [4], [6].

### *Материальное обеспечение*

1. Натуральные образцы со штриховым кодом.
2. СТБ 6.01.1 «Единая система классификации и кодирования технико-экономической информации. Основные положения».
3. ТНПА по штриховому кодированию.
4. Линейки.

### *Основные теоретические сведения*

*Штриховое кодирование* – это одно из наиболее распространенных средств автоматической идентификации (АИ). К другим средствам АИ относятся цифровая, магнитная, радиочастотная, звуковая и визуальная идентификации (магнитная карточка, радиочастотная бирка и т. п.).

Штрих-коды нуждаются в контроле их истинности.

Методика проверки истинности штрихового кода заключается в следующем:

- 1) складываются цифры, стоящие на четных позициях кода;
- 2) полученная сумма умножается на 3;
- 3) складываются цифры, стоящие на нечетных позициях кода, кроме 13-й;
- 4) суммируем результаты вычислений п. 2 и п. 3;
- 5) полученное число вычитается из ближайшего вышестоящего числа кратного 10 (например, для 60 – это 70; для 40 – это 50);
- 6) последняя цифра результата по п. 5 должна равняться 13-й цифре штрихового кода. В таком случае код составлен верно.

Пример проверки истинности штрихового кода 6425001234560:

- 1) складываются цифры, стоящие на четных позициях кода:  $4 + 5 + 0 + 2 + 4 + 6 = 21$ ;
- 2) полученная сумма умножается на 3:  $21 \cdot 3 = 63$ ;

- 3) складываются цифры, стоящие на нечетных позициях кода, кроме 13-й:  $6 + 2 + 0 + 1 + 3 + 5 = 17$ ;
- 4) суммирует результаты вычислений п. 2 и п. 3:  $63 + 17 = 80$ ;
- 5) полученное число (80) вычитается из ближайшего вышестоящего числа кратного 10 (это 90):  $90 - 80 = 10$ ;
- 6) последняя цифра результата по п. 5 должна равняться 13-й цифре штрихового кода:  $0 = 0$ , т. е. в данном примере код составлен верно.

### **Задание 2.1. Изучение теоретических положений в области кодирования непродовольственных товаров**

Изучив соответствующий материал по литературным источникам и конспекту лекций, подготовьте в устной или реферативной форме (по заданию преподавателя) ответы по следующим вопросам:

1. Цели и задачи кодирования товаров.
2. Определение кода.
3. Элементы кодирования и их характеристика.
4. Правила кодирования товаров.
5. Перечислите методы кодирования товаров.
6. Раскройте сущность порядкового и серийно-порядкового методов кодирования товаров.
7. Раскройте достоинства и недостатки последовательного и параллельного методов кодирования товаров.
8. Сущность понятия «штриховой код», его структура.
9. Классификация и характеристика штриховых кодов.
10. Особенности применения и нанесения штриховых кодов.
11. Коды QR, их сущность и значение.

### **Задание 2.2. Изучение основных терминов и определений в области кодирования товаров по ТНПА**

На основании СТБ 6.01.1 изучите основные термины и определения в области кодирования товаров.

Выпишите из СТБ, что такое код, кодирование, система кодирования, алфавит кода и его виды, разряд, длина, основание кода, последовательный, параллельный, порядковый, серийно-порядковый методы кодирования, контрольное число кода и др.

Форма записи произвольная.

### Задание 2.3. Изучение методов кодирования товаров

1. Используя схемы классификации непродовольственных товаров, разработанные иерархическим и фасетным методами соответственно в заданиях 1.3–1.5, составьте код любой товарной группы порядковым, серийно-порядковым и последовательным методами кодирования.

Результаты работы оформляются в произвольной форме.

2. Используя нижеприведенные данные и таблицу 3, зашифруйте и расшифруйте следующие товары с использованием параллельного метода кодирования.

Таблица 3 – Фасетная формула для кодирования тканей

Назначение ткани	Волокнистый состав	Ткацкое переплетение	Отделка
А. Бельевая	1. Хлопчатобумажная	А. Полотняное	1. Суровая
Б. Платьевая	2. Льняная	Б. Саржевое	2. Отбеленная
В. Костюмная	3. Из натурального шелка	В. Атласное	3. Гладкокрашенная
Г. Подкладочная	4. Шерстяная	Г. Мелкоузорчатое	4. Пестротканая
Д. Пальтовая	5. Шелковая (синтетическая)	Д. Крупноузорчатое	5. Меланжевая
Е. Полотенечная	6. Шелковая (искусственная)	Е. Ворсовое	6. Набивная
Ж. Мебельно-декоративная	7. Смешанная	Ж. Петельное	7. Вытравная

Зашифруйте представленный товар:

- хлопчатобумажная бельевая отбеленная ткань полотняного переплетения;
- шерстяная костюмная ткань мелкоузорчатого переплетения с пестротканой отделкой;
- льняная суровая ткань платьевого назначения мелкоузорчатого переплетения;
- ткань набивная платьевая из натурального шелка мелкоузорчатого переплетения;
- гладкокрашенная мебельно-декоративная ткань из искусственного шелка крупноузорчатого переплетения;
- ткань подкладочная из вискозы гладкокрашенная атласного переплетения;

- одежда смесовая ткань ворсового переплетения, меланжевая. Расшифруйте код товара:
- Ж7Ж7;
- Б1Б6;
- Е1Ж3.

#### **Задание 2.4. Изучение штрих-кодов непродовольственных товаров и проверка их истинности**

Используя образцы упаковки или товаров со штриховыми кодами, проверьте их достоверность из числа предложенных, но не менее 5 по методике, изложенной в основных сведениях к работе.

Результаты работы оформите в произвольной форме.

#### **Задание 2.5. Контрольное**

Выполните один из вариантов:

*Вариант 1.* Расшифруйте штриховой код 2 образцов, предложенных преподавателем.

*Вариант 2.* Используя журнал группы, составьте код 2 студентов порядковым, серийно-порядковым и последовательным методом кодирования.

### **Работа 3. ИЗУЧЕНИЕ СВОЙСТВ И ПОКАЗАТЕЛЕЙ АССОРТИМЕНТА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

**Цель работы:** изучить сущность, классификацию, характеристику ассортимента непродовольственных товаров, свойства и показатели, его определяющие; усвоить механизм формирования и управления ассортиментом, реализацию его на практике в деятельности торговых предприятий.

**Контроль усвоения:** устный опрос, тестирование.

Л.: [3], [7], [8], [14].

## *Материальное обеспечение*

1. Стандарты общих технических условий на конкретные товары.
2. Линейки.

### *Основные теоретические сведения*

При формировании ассортимента осуществляется регулирование комплекса свойств и показателей ассортимента, что требует понимания их сути и знания методик исчисления (таблица 4).

Таблица 4 – Номенклатура свойств и показателей ассортимента

Наименование свойства	Наименование и условное обозначение показателя	Расчет показателей
Широта ( <i>Ш</i> )	Показатели широты: Действительная (фактическая) широта ( <i>Шф</i> )	<i>Шф</i>
	Базовая широта ( <i>Шб</i> )	<i>Шб</i>
	Коэффициент широты ( <i>Ки</i> )	$Kи = (Шф : Шб) \cdot 100\%$
Полнота ( <i>П</i> )	Показатели полноты: Действительная (фактическая) полнота ( <i>Пф</i> )	<i>Пф</i>
	Базовая полнота ( <i>Пб</i> )	<i>Пб</i>
	Коэффициент полноты ( <i>Кп</i> )	$Kп = (Пф : Пб) \cdot 100\%$
Устойчивость ( <i>У</i> )	Показатели устойчивости: Количество товаров, пользующихся устойчивым спросом	<i>Уу</i>
	Коэффициент устойчивости ( <i>У</i> )	$Kу = (Уу : Шб) \cdot 100\%$
Новизна ( <i>Н</i> )	Показатели новизны: Количество товаров, поступивших впервые	<i>Нн</i>
	Степень (коэффициент) обновления	$Kн = (Нн : Шб) \cdot 100\%$
Структура ( <i>С</i> )	Относительный показатель структуры отдельных товаров	Отношение части к целому и умноженное на 100%
Рациональность ( <i>Р</i> )	Коэффициент рациональности	См. примечание таблицы
Гармоничность ( <i>Г</i> )	Коэффициент гармоничности	Теоретический показатель
Примечание – $Kр = (Ки \cdot ви + Кп \cdot вп + Ку \cdot ву + Кн \cdot вн) : 4$ , где <i>в</i> – весомость конкретных показателей.		

### **Задание 3.1. Изучение теоретических положений в области ассортимента непродовольственных товаров**

Используя материал учебной литературы и конспект лекций, подготовьте ответы на следующие вопросы:

1. Понятие ассортимента товаров, отличие от товарной номенклатуры.

2. Классификация и характеристика ассортимента, отличие от классификации товарной номенклатуры.

3. Свойства и показатели ассортимента (широта, полнота, структура, новизна, обновление, глубина, устойчивость, рациональность, гармоничность), методика определения, взаимосвязь со свойствами и показателями товарной номенклатуры.

4. Ассортиментная концепция и ассортиментная политика предприятия (сущность, цели, задачи):

- производственного;
- торгового.

5. Принципы формирования ассортимента товаров и товарной номенклатуры продукции.

6. Механизм формирования ассортимента (товарной номенклатуры) товаров, особенности в торговле.

7. Нормативные документы, регулирующие ассортиментную концепцию и ассортиментную политику промышленного и торгового предприятия.

8. Ассортиментные перечни как организационно-методическая основа формирования ассортимента в розничном торговом предприятии.

9. Управление ассортиментом: сущность, методика, значение в деятельности субъектов рынка, особенности управления на промышленном предприятии и торговле.

10. Механизм планирования ассортимента товаров, особенности в торговле и на промышленном предприятии.

11. Основные направления в развитии ассортимента товаров народного потребления:

- на производстве;
- в торговле;
- на потребительском рынке Республики Беларусь.

### Задание 3.2. Решение ситуационных задач по расчету показателей ассортимента товаров

1. Определите широту, полноту, структуру и глубину ассортимента товаров в магазине «Хозтовары», если известно, что его месячный товарооборот равен 10 тыс. р., в том числе на 1,5 тыс. р. продано изделий из стекла, на 2 тыс. р. – керамических товаров, на 2,5 тыс. р. – электробытовых товаров, остальные товары – товары бытовой химии. Из 150 наименований, предусмотренных ассортиментным перечнем, имелось 140, а из 400 разновидностей – лишь 250.

2. В торговое предприятие «Дом торговли» поступило 60 пар женской обуви, в том числе 25 пар сапожек, 15 пар ботинок, 10 пар туфель. Причем 5 пар сапожек поступили впервые.

Рассчитайте структуру ассортимента и степень его обновления в целом для группы «обувь» и конкретного вида.

3. На момент проверки в секции «Одежда» торгового предприятия «Дом торговли» оказалось:

- 8 видов швейных изделий по 5 разновидностей каждого;
- 8 видов трикотажных изделий по 6 разновидностей каждого.

Причем, костюм мужской арт. 19С184, производства ОАО «Коминтерн» и женский комплект арт. 19С256 Д40 ПКФ «8 Марта» пользуются повышенным спросом и очень часто есть в продаже.

Определите глубину и устойчивость ассортимента в секции «Одежда».

4. Согласно предложенным данным проанализируйте выполнение заданий по ассортименту в торговой организации, рассчитайте показатели ассортимента, выработайте конкретные направления (таблица 5).

Таблица 5 – Сведения о поступлении и реализации швейных изделий за месяц

Изделия	План поступления		Реализация		Выполнение плана, %
	Сумма, тыс. р.	Удельный вес, %	Сумма, тыс. р.	Удельный вес, %	
Куртки	29 800		26 200		
Плащи	35 780		35 025		
Костюмы	17 600		20 149		
Брюки	15 780		20 145		
Итого		100		100	

5. Проведите анализ изменения структуры ассортимента ковров за счет изменения удельного веса в поступления изделий в фирменном магазине № 6 «Витебские ковры» согласно ниже приведенным данным, обоснуйте изменения в структуре, выработайте конкретные направления по ее совершенствованию (таблица 6).

Таблица 6 – Структура ассортимента ковров в фирменном магазине № 6 «Витебские ковры» за год

Вид изделия	Цена единицы товара, тыс. р.	Плановое поступление		Фактически поступило		Фактическое поступление при план. структуре [гр. 4 · (гр. 5 : гр. 3)], тыс. р.	Изменение структуры в поступлении (гр. 6 – гр. 7), тыс. р.
		Количество	Сумма	Количество	Сумма		
1	2	3	4	5	6	7	8
Ковер 2 × 3	300	3 200		3 430			
Ковер 2 × 3,5	600	2 600		2 140			
Ковер 2 × 4	800	3 000		2 780			
Ковер 2 × 5	1 100	2 400		2 430			

6. Используя данные таблицы 7, определите влияние на прибыль предприятия изменения структуры выпускаемой продукции, используя формулу

$$\Delta P_i = [\sum (Yd_{1i} - Yd_{0i}) \cdot P_i] : (100 \cdot 100).$$

Таблица 7 – Сведения для расчета изменения прибыли за счет структурного фактора

Изделия	Рентабельность продаж, %, $P_i$	2018 г.		2019 г.		Отклонение (+; -)	Изменение рентабельности, $\Delta P_i$ , %
		Объем продаж, тыс. р.	Удельный вес ( $Yd_{0i}$ ), %	Объем продаж, тыс. р.	Удельный вес ( $Yd_{1i}$ ), %		
Куртки	10	57 600		50 400			
Плащи	8	56 000		59 780			
Костюмы	5	33 560		38 964			
Брюки	11	22 768		15 444			
Итого			100		100	—	



## **Работа 4. ИЗУЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ СВОЙСТВ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

**Цель работы:** изучить классификацию и особенности потребительских свойств непродовольственных товаров.

**Контроль усвоения:** устный опрос или тестирование.

Л.: [3], [7], [8], [10], [12], [14].

### ***Материальное обеспечение***

1. Образцы оцениваемых товаров – 4 шт.
2. РД 50-149 «Методические указания по оценке технического уровня и качества технической продукции».
3. РД 50-165 «Методические указания. Товары народного потребления, выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей их качества».
4. ГОСТ 24886 «Промышленные товары народного потребления. Выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей качества».

### ***Основные теоретические сведения***

В зависимости от удовлетворяемых потребностей свойства потребительских *товаров* подразделяют на функциональные, эргономические, эстетические, надежности, безопасности, экологические и пр. Особую группу составляют коммерческие свойства. Данная группа свойств представлена следующими групповыми и единичными свойствами:

- *Адекватность социальным потребностям* – это соответствие функционального назначения товара антропометрического характера потребностям; соответствие географическим, климатическим условиям региона потребления; соответствие возрасту; соответствие моде и стилю; социальная полезность товара.

- *Товарный вид* включает привлекательность внешнего вида товара; маркировку; упаковку; стабильность товарного вида в процессе товародвижения.

- *Конъюнктурно-рыночные свойства* – это рекламируемость товара; конкурентоспособность товара; степень насыщенности рынка оцениваемым товаром.

• *Торгово-технологические свойства* товаров народного потребления включают транспортабельность товара; складирование; удобство подготовки товара к продаже; удобство демонстрации товара; послепродажные услуги; дизайн упаковки в торговом предприятии.

Умение классифицировать и выделять потребительские свойства конкретного товара, правильно их оценить необходимо для выработки корректирующих мероприятий торговли с промышленностью с целью не допуская попадания некачественных товаров к потребителю, выявления потребностей, а также характеристик товаров, которые удовлетворяют потребителей.

#### **Задание 4.1. Теоретическое**

Изучив соответствующий материал по литературным источникам и конспекту лекций, подготовьте в устной или реферативной форме (по заданию преподавателя) ответы по следующим вопросам:

1. Характеристика понятий «потребительское свойство», «параметр» и «показатель».
2. Общая классификация потребительских свойств товаров.
3. Групповая характеристика функциональных свойств.
4. Групповая характеристика эргономических свойств.
5. Групповая характеристика эстетических свойств.
6. Надежность товаров.
7. Характеристика свойств безопасности и экологичности.
8. Коммерческие свойства.
9. Основные методы количественной и качественной оценки потребительских свойств товаров.
10. Органолептический метод оценки: сущность, достоинства, недостатки.
11. Измерительный метод оценки: сущность, достоинства, недостатки.
12. Расчетный метод оценки: сущность, достоинства, недостатки.
13. Регистрационный метод оценки: сущность, достоинства, недостатки.
14. Экспертный метод оценки: сущность, достоинства, недостатки.
15. Социологический метод оценки: сущность, достоинства, недостатки.

## **Задание 4.2. Анализ номенклатуры потребительских свойств непродовольственных товаров**

Проанализируйте существующую номенклатуру потребительских свойств товаров по ГОСТ 24886 «Промышленные товары народного потребления. Выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей качества».

Определите необходимость и достаточность этой номенклатуры для конкретных товаров, предложенных преподавателем. Составьте свою классификацию потребительских свойств для данных товаров. Результаты работы представьте в виде схемы. Выполненное задание будет зачтено как контрольное.

## **Задание 4.3. Изучение методов определения потребительских свойств непродовольственных товаров**

Используя материал лекции и интернет-ресурсов, определите:

- какие методы дают нам общее представление о товаре?
- какие методы позволяют нам определить показатели климатического режима, разрывные характеристики тканей?
- какие методы используют при определении показателей строения текстильных и трикотажных товаров?
- какие методы применяют при изучении покупательских предпочтений товаров с учетом их потребительских свойств?

Запишите достоинства и недостатки основных методов определения потребительских свойств непродовольственных товаров.

## **Работа 5. ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

**Цель работы:** усвоить методику экспертного метода оценки конкурентоспособности товаров; овладеть навыками выполнения основных операций экспертной оценки на всех этапах проведения деловой игры, в которой студенты принимают участие в роли экспертов в составе экспертной группы.

**Контроль усвоения:** устный опрос или тестирование.

Л.: [1], [2], [10], [12], [14], [16], [17].

## *Материальное обеспечение*

1. Образцы оцениваемых товаров – 2 шт.
2. Базовый (конкурентоспособный) образец товара.
3. РД 50-149 «Методические указания по оценке технического уровня и качества технической продукции».
4. РД 50-165 «Методические указания. Товары народного потребления, выбор номенклатуры потребительских свойств и показателей их качества».
5. Технические нормативные правовые акты, регламентирующие показатели и требования к качеству оцениваемых товаров.

## *Основные теоретические сведения*

*Качество* – это совокупность свойств и характеристик продукции или услуги, которые придают им способность удовлетворять обусловленные или предлагаемые потребности (МС ИСО 8402).

Конкурентоспособность товара – это его сравнительная характеристика, содержащая комплексную оценку всей совокупности его качественных и экономических показателей (параметров), относительно выявленных требований рынка или свойств другого товара. В последнем случае имеется ввиду уровень конкурентоспособности товара.

Под конкурентоспособностью понимается комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара, определяющих его успех на рынке, т. е. способность именно данного товара быть обмененным на деньги в условиях широкого предложения к обмену других конкурирующих товаров-аналогов.

Оценка уровня качества товара представляет совокупность операций, включающих в себя выбор номенклатуры показателей качества оцениваемого товара, определение численных значений этих показателей и сопоставление их с базовыми.

Показатель качества – это количественная характеристика одного или нескольких свойств товара, составляющих его качество, рассматриваемая применительно к определенным условиям его создания и потребления. Показатели качества товара могут быть установлены измерительным, регистрационным, расчетным, органолептическим, экспертным и социологическим методами.

Измерительный метод заключается в определении показателя путем подсчета числа определенных предметов, событий или явлений.

Расчетный метод заключается в определении показателя на основе использования зависимостей показателя от других показателей или параметров товара, установленных иными методами.

Органолептический метод основан на восприятиях органов чувств человека.

Экспертный метод заключается в определении показателя качества на основе решения, принимаемого экспертами. Эксперт – это высококвалифицированный специалист в области оценки качества конкретных товаров.

Социологический метод заключается в определении показателей качества товара путем сбора и анализа мнений потребителей товара.

Дифференциальный метод оценки качества товара основывается на сопоставлении единичных показателей качества товара с соответствующими базовыми показателями и установлении их относительных значений.

Комплексный метод оценки уровня качества заключается в том, что уровень качества товара выражается одним числом – комплексным показателем, т. е. таким показателем, который одновременно относится к нескольким свойствам, характеризующим качество товара в целом. Критерием комплексного показателя может выступать средний взвешенный показатель, определяющий и интегральный показатели. Интегральный показатель выражает отношение суммарного полезного эффекта, полученного от использования товара, к суммарным затратам на его создание, реализацию и потребление или к цене потребления.

Один из методов комплексной оценки конкурентоспособности основан на сопоставлении интегральных показателей качества оцениваемого и базового (конкурентоспособного) образцов товара.

### **Задание 5.1. Теоретическое**

Изучив соответствующий материал по литературным источникам и конспекту лекций, подготовьте в устной или реферативной форме (по заданию преподавателя) ответы по следующим вопросам:

1. Понятие качества и конкурентоспособности товаров, их общность и отличия.
2. Показатели оценки качества и конкурентоспособности товаров.
3. Методы оценки качества и конкурентоспособности.
4. Методика работы экспертной группы по оценке качества и конкурентоспособности товаров.

## **Задание 5.2. Деловая игра «Оценка качества и конкурентоспособности товаров» (указывается преподавателем)**

### ***Методические указания по выполнению заданий деловой игры***

#### *Этап 1. Формирование экспертных групп.*

Преподаватель, как руководитель рабочей группы, при проведении экспертной оценки уровня качества и конкурентоспособности товаров, формирует из числа студентов одну (10–13 человек) или две (6–8 человек) экспертные группы.

#### *Этап 2. Формулирование цели оценки.*

Преподаватель ставит перед каждой экспертной группой следующие цели оценки (по выбору) конкретного (по предложению преподавателя) вида товара:

1. Оценка уровня конкурентоспособности товара на внутреннем и внешнем рынке.
2. Определение соответствия показателей качества товара современным требованиям потребителей и требованиям текущей моды.
3. Установление адекватности показателей качества товара требованиям нормативных документов по стандартизации (стандартов, технических условий, технических описаний, технических паспортов и пр.).
4. Оценка уровня качества и конкурентоспособности оцениваемого товара эталону-образцу, лучшим отечественным и зарубежным аналогам.
5. Установление соответствия оцениваемого товара перспективным требованиям моды.

#### *Этап 3. Выбор образцов (базового и оцениваемых) для исследования.*

Необходимо 5–7 образцов товара, один из них будет служить базовым образцом. И базовый, и оцениваемые образцы должны относиться к одному виду продукции и иметь одинаковое назначение.

При выборе базового образца экспертная группа должна учитывать, что он должен быть широко представлен на рынке продукции в данный период, пользоваться устойчивым спросом у потребителей и соответствовать их требованиям по следующим критериям: показатели качества, цена и затраты по уходу в процессе потребления. Затем необходимо дать товароведную характеристику базового и оцениваемых изделий.

Для более наглядного представления этих данных целесообразно воспользоваться формой таблицы 8.

Таблица 8 – **Товароведная характеристика базового и оцениваемых образцов товара**

Показатели	Оцениваемые изделия		
	Базовый образец	Образец № 1	Образец № 2
Артикул			
Модель (марка)			
Конструктивные особенности			
Материалы, использованные для изготовления, цвет			
Предприятие-изготовитель			
Цена			

Базовый (конкурентоспособный) образец должен относиться к тому же виду товаров, что и оцениваемое изделие, и иметь с ним одинаковое назначение. Он должен быть широко представлен на рынке в данный период, а его основные показатели качества должны рассматриваться в динамике, с учетом фактора времени в быстро меняющейся рыночной экономике.

Базовый образец должен пользоваться устойчивым спросом у потребителей на рынке, а его показатели качества, розничная цена и затраты по уходу за ним в процессе потребления должны соответствовать требованиям потребителей.

*Этап 4. Разработка типологии потребителей и модели исходной ситуации потребления конкретного товара.*

На основе группового обсуждения экспертов разрабатывается типология (классификация) потребителей товара и модель исходной ситуации его потребления.

*Модель исходной ситуации потребления* – это упорядоченный комплекс сведений и знаний о потребителях, условиях и способах потребления товара. Она служит основой для установления требований различных групп потребителей к качеству оцениваемого изделия и разработки в дальнейшем номенклатуры его потребительских свойств и показателей качества.

Результаты оформляются в виде таблицы 9.

Таблица 9 – **Модель исходной ситуации потребления**

Классификация основных групп потребителей	Условия потребления конкретной группой потреби-	Требования к качеству товара конкретной группы потреби-
---	---	---

	лей	телей
--	-----	-------

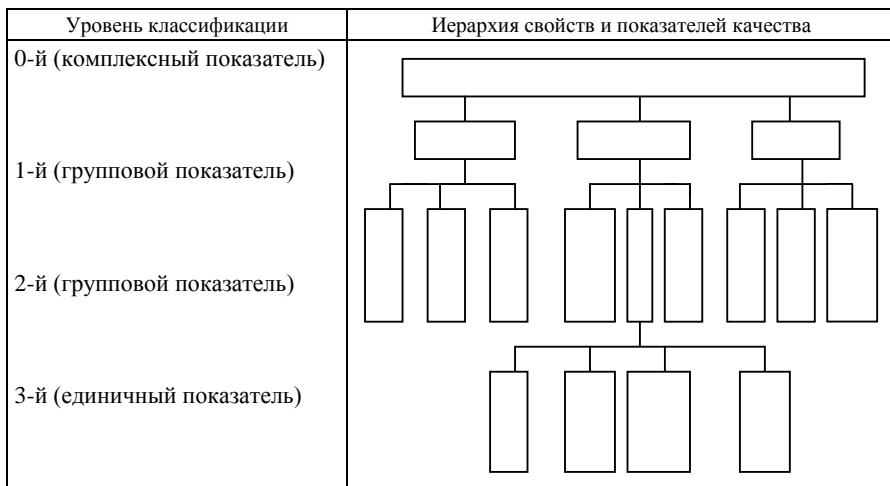
#### *Этап 5. Разработка номенклатуры показателей качества.*

Номенклатура (перечень) показателей качества, необходимых и достаточных для оценки, устанавливается исходя из требований к качеству, определенных в модели потребления товара.

Для выбора номенклатуры показателей и их классификации могут быть использованы стандарты системы показателей качества на группы однородной продукции (ГОСТ 4. СПКП), а также РД 50-149, РД 50-1650.

В начале работы каждый эксперт самостоятельно проводит отбор номенклатуры свойств и показателей качества.

После обсуждения экспертная группа строит единую систему классификации этих свойств и показателей иерархическим методом (рисунок 1) и кодирует их серийно-порядковым методом.



**Рисунок 1 – Схема иерархической классификации свойств и показателей качества**

Количество единичных показателей на последнем уровне должно быть в пределах 7–12.

При оценке уровня качества товара эксперты могут опираться только на его *единичные показатели*. Причем отбирать следует только те показатели качества, которые эксперты смогут оценить, в ос-



новном, *органолептическим методом*. Пример уточненной номенклатуры показателей качества товаров приведен в таблице 10.

Таблица 10 – Номенклатура показателей качества товара

Групповые (1 уровень)	Групповые (2 уровень)	Единичные (3 уровень)
1	2	3

*Этап 6. Разработка шкал для оценки показателей качества образцов.*

Если определяется соответствие оцениваемых образцов требованиям потребителей, то экспертная комиссия может использовать балльную систему оценок. Наиболее простой является балльная шкала с диапазоном от 1 до 5 баллов (таблица 11).

Таблица 11 – Шкала оценки показателей качества образцов

Диапазон шкалы, баллы	Качественная оценка интервала диапазона
1	Очень плохое качество по данному показателю
2	Неудовлетворительное качество по данному показателю
3	Удовлетворительное качество по данному показателю
4	Хорошее качество продукции по данному показателю
5	Отличное качество продукции по данному показателю

Поскольку экспертная группа определяет значения показателей качества продукции *органолептическим методом*, необходимо разработать балльную шкалу, в которой установлен диапазон и соответствующие качественные характеристики показателя. Качественные характеристики желательно конкретизировать по каждому показателю (таблица 12 – на примере обуви).

Таблица 12 – Шкала оценки соответствия модели направлению моды

№ п/п	Градации оцениваемых показателей	Оценочная шкала в баллах (от 5 до 2)
1	Модель соответствует направлению моды на перспективу	5–4
2	Модель соответствует направлению моды на текущий сезон и на перспективу	4–3
3	Модель соответствует направлению моды в прошлом сезоне, но не считается устаревшей, поскольку пользуется	3–2

	устойчивым спросом у потребителей	
4	Модель соответствует моде частично или устарела	2–1

*Этап 7. Определение коэффициентов весомости свойств с помощью метода ранжирования.*

Коэффициент весомости количественно характеризует значимость (вес) отдельного свойства или группы свойств в общей их совокупности, входящих в качество товара.

Параметры весомости определяют, исходя из условия, что сумма всех коэффициентов весомости для данного товара есть величина постоянная и, как правило, принимается равной единице. При этом условии коэффициент весомости каждого отдельного показателя будет в интервале от 0 до 1.

Наиболее распространенным методом определения коэффициентов весомости является экспертный.

Определение коэффициентов весомости рекомендуется проводить методом ранжирования показателей по их значимости для потребителей. В этом случае наиболее важному для потребителя показателю присваивают самый высокий ранг, равный количеству выбранных для оценки показателей (например, если их выбрано 9, то и наиболее значимый показатель будет иметь ранг 9). Следующему, менее важному показателю, должен быть присвоен ранг  $n-1$  (т. е. второй из девяти показателей будет иметь ранг 8). Далее, по мере уменьшения значимости показателей их ранги будут все время уменьшаться на 1. В итоге наименее значимому для потребителей показателю будет присвоен ранг 1.

Коэффициенты весомости ( $m_i$ ) определяются по формуле

$$m_i = \sum_{j=1}^N R_i : \sum_{j=1}^N \sum_{i=1}^n R_i \quad (1)$$

где  $\sum_{i=1}^N R_i$  – сумма рангов по  $i$ -му показателю;

$\sum_{j=1}^N \sum_{i=1}^n R_i$  – сумма рангов по всем показателям.

при условии, что  $m_i = 1 = \text{const}$ .

Результаты ранжирования всеми экспертами заносятся в сводную таблицу 13.

Таблица 13 – **Определение коэффициентов весомости**

Наименование показателя	Ранги, проставленные экспертами, $R_i$					$\Sigma R_i$	Коэффициент весомости, $m_i$
	Эксперт, $N$						
	1	2	3	4	$N$		

*Этап 8. Определение среднего взвешенного арифметического комплексного обобщенного показателя качества.*

Численные значения установленных фактических показателей записываются каждым экспертом под своим номером по форме таблицы 4.5.

Затем результаты определения фактических показателей в баллах всех экспертов переносятся в сводную таблицу (по форме таблицы 14).

Таблица 14 – **Определение фактических показателей**

Наименование показателя	Оценка, проставленная экспертами, балл						Средняя арифметическая оценка, балл, $P_i$	Среднее квадратическое отклонение, $\sigma$	Коэффициент вариации, $v$ , %
	1	2	3	4	$N$	6	...		

Производится расчет среднего арифметического значения каждого показателя, а также среднего квадратического отклонения и коэффициента вариации.

Среднее арифметическое значение каждого показателя определяется по следующей формуле:

$$\bar{P}_i = \frac{P_1 + P_2 + P_3 + \dots + P_N}{N}, \quad (2)$$

где  $P_i$  – среднее арифметическое значение показателя  $i$ -го свойства;

$N$  – количество экспертов;

$P_1, P_2, P_3, P_N$  – значение показателей, проставляемых каждым экспертом по данному свойству по выбранной оценочной шкале.

Рассчитывается коэффициент вариации по каждому показателю по формуле

$$v = \frac{\sigma}{\bar{P}_i} \cdot 100\%, \quad (3)$$

где  $\sigma$  – среднее квадратическое отклонение, определяемое по формуле

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{j=1}^N (P_i - \bar{P}_i)^2}{N(N-1)}} \quad (4)$$

где  $N$  – количество экспертов;

$P_1, P_2, P_3, P_N$  – численные значения показателей в баллах, установленные каждым экспертом по выбранной балльной шкале.

Если  $v \geq 30\%$ , то экспертам следует заново оценить показатели качества.

Результаты запишите по форме таблицы 13.

Комплексный средневзвешенный арифметический показатель качества ( $Q$ ) выражается одним числом и характеризует несколько свойств. Для его расчета необходимо использовать средние значения показателей базового и оцениваемого образцов и их коэффициенты весомости. Он определяется по формуле

$$Q = \sum_{i=1}^n M_i \bar{P}_i. \quad (5)$$

Для каждого оцениваемого образца обуви составляется отдельная таблица (по форме таблицы 15).

Таблица 15 – Результаты определения показателей качества образцов

Код показателя	Оценки, проставленные экспертами ( $j$ )					Среднее значение показателя, $\bar{P}_{ia}$	Коэффициент весомости, $m_i$	Произведение $\bar{P}_{ia} \cdot m_i$
	1	2	3	4	$n$			
1.								
2.								
...								
Комплексный показатель качества								$Q$

*Этап 9. Оценка уровня конкурентоспособности продукции.*

Для определения уровня конкурентоспособности (*КСП*) оцениваемых образцов используйте следующую формулу:

$$КСП = \frac{I_i}{I_d}, \quad (6)$$

где  $I_i$  – интегральный показатель оцениваемого образца;

$I_d$  – интегральный показатель базового образца.

*Интегральный показатель (I)* рассчитывают как отношение комплексного показателя качества образца ( $Q$ ) к его цене ( $C$ ) по формуле

$$I = \frac{Q}{C}, \quad (7)$$

где  $Q$  – комплексный показатель качества продукции;

$C$  – цена потребления продукции.

Результаты расчетов оформите в таблице 16.

**Таблица 16 – Результаты оценки уровня конкурентоспособности оцениваемых образцов**

Изделие	Предприятие-изготовитель	Розничная цена изделия (C), бел. р.	Комплексный показатель качества (Q)	Интегральный показатель (I)	Уровень конкурентоспособности (КСП)
1	2	3	4	5	6
Базовый образец					1
Образец № 1					
Образец № 2					

По результатам таблицы 16 сделайте заключение об уровне конкурентоспособности каждого из оцененных образцов, учитывая следующее:

- если значение  $КСП < 1$ , то оцениваемое изделие уступает по конкурентоспособности базовому образцу;
- если значение  $КСП \geq 1$ , то оцениваемое изделие более конкурентоспособно, чем базовый образец либо обладает таким же уровнем конкурентоспособности.

В произвольной форме разработайте рекомендации и предложения по улучшению отдельных показателей качества оцененных товаров, повышению уровня их качества и конкурентоспособности.

*Этап 10. Обработка результатов на ЭВМ.*

Используя ПЭВМ, программу «Оценка», выполните обработку результатов. Прокомментируйте данные по коэффициенту вариации. Если этот показатель находится в пределах 30%, то согласованность мнений экспертов достаточно высокая, если более 30% – следует провести повторную экспертизу.

***Контрольные вопросы***

1. В чем разница между показателем качества и параметром товара?
2. Из каких действий складывается оценка качества товара?
3. Что понимается под уровнем качества товара?
4. Какие достоинства и недостатки присущи отдельным методам определения численных значений показателей качества?
5. В чем сущность дифференциального метода оценки уровня качества товара?
6. В чем сущность комплексного метода оценки уровня качества товара?
7. Охарактеризуйте последовательно стадии оценки уровня качества товара.
8. Как определяется коэффициент весомости свойства товара?
9. Что понимается под конкурентоспособностью товара?
10. Как определяют интегральный показатель конкурентоспособности товара?

**Работа 6. УПАКОВКА НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

***Цель работы:*** изучить сущность, классификацию, виды, свойства, требования и функции упаковки товаров народного потребления, порядок разработки и оценки.

***Контроль усвоения:*** устный опрос или тестирование.

*Л.:* [7], [8], [10], [12], [14], [18], [19].

## ***Материальное обеспечение***

1. Натуральные образцы упаковки товаров народного потребления.
2. Каталоги на товары народного потребления.
3. Слайд с концепцией создания упаковки товаров народного потребления.
4. ГОСТы и СТБ на упаковку стеклянной и фарфоровой посуды, тканей, обуви, швейных и трикотажных изделий, парфюмерных и косметических товаров, туалетного мыла.
5. ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки» // Консультант-Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
6. Методические указания по упаковке и маркировке товаров.

## ***Основные теоретические сведения***

*Упаковка* – это средство или комплекс средств, обеспечивающих защиту товара от повреждений и потерь, а окружающую среду – от загрязнения.

Элементами упаковки являются: *тара; упаковочные и перевязочные материалы; защитные оболочки.*

*Тара* – основной элемент упаковки, представляющий собой изделие для размещения товара. Внешнюю так и называют – тара, внутреннюю, куда непосредственно упаковывают товар, называют потребительской упаковкой или тарой.

На рисунке 2 приведены свойства и требования, предъявляемые к упаковке.

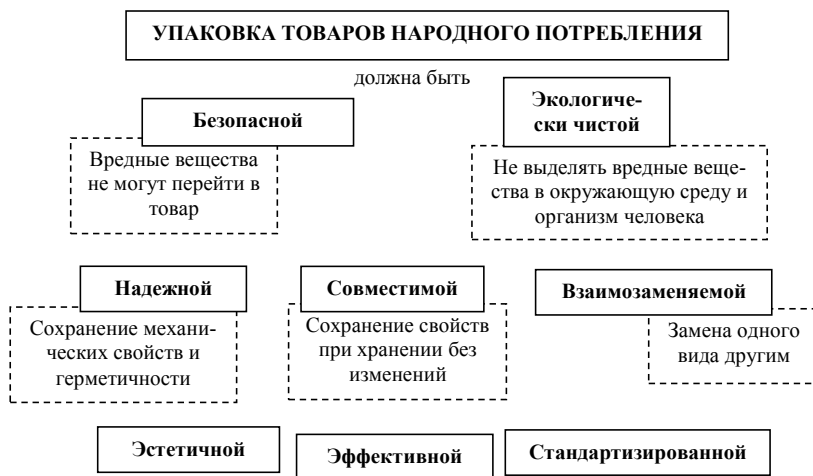


Рисунок 2 – Свойства упаковки и требования к ней

*Упаковочные материалы* – дополнительный элемент упаковки, предназначенный для защиты товаров от механических воздействий.

*Перевязочные материалы* – дополнительный элемент упаковки, предназначенный для повышения прочности тары.

*Защитные оболочки* – также дополнительный самостоятельный элемент упаковки, включающий лакокрасочные покрытия, термоусадочные пленки, воск, парафин.

### Задание 6.1. Изучение теоретических положений в области упаковки товаров

Изучив соответствующий материал по литературным источникам и конспекту лекций, подготовьте в устной или реферативной форме (по заданию преподавателя) ответы по следующим вопросам:

1. Что такое упаковка товаров?
2. Каковы элементы упаковки?
3. В чем отличие тары от упаковки?
4. Каковы современные требования к упаковке?
5. Каковы основные функции упаковки?
6. Как классифицируют тару и упаковку?
7. Каковы особенности упаковки отдельных товаров?
8. Каковы современные виды упаковки товаров?
9. Каковы проблемы переработки и утилизации упаковки?



## **Задание 6.2. Изучение видов и способов упаковки товаров народного потребления, приемов упаковывания**

Выполните следующее:

1. Используя соответствующие ГОСТы типа «Упаковка, маркировка, транспортирование и хранение», сформулируйте ваши предложения по видам упаковки следующих товаров:

- стеклянной посуды (стаканов, рюмок, бокалов, фужеров, ваз, салатников, конфетниц, наборов для воды, соков);
- фарфоровой посуды (чашки, кружки, блюда, чайники, кофейники, салатники, тарелки, сервизы);
- тканей (шерстяных);
- обуви (женские туфли);
- швейных и трикотажных изделий;
- парфюмерных и косметических товаров;
- туалетного мыла.

2. Пользуясь ГОСТом 10581 «Изделия швейные и трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», изучите способы складывания (упаковывания) соответствующих изделий и предложите вариант их упаковки.

3. Используя ГОСТ 10581 «Изделия швейные и трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», проверьте правильность упаковки ниже перечисленных изделий, поступивших в торговое предприятие, и предложите их товароведное решение:

- пальто, упакованных в полиэтиленовые пакеты по 2 единицы;
- чулочно-носочных изделий, упакованных в коробки без пакетов;
- платьев хлопчатобумажных, упакованных в полиэтиленовые пакеты по 10 штук;
- верхних мужских сорочек из химических нитей, упакованных в полиэтиленовые пакеты без вкладышей и с вкладышами по 5 штук, перевязанных шпагатом;
- курток, упакованных в бумагу по 5 штук;
- купальных комплектов для взрослых, упакованных в бумагу по 12 штук;
- перчаток, упакованных в бумагу по 50 штук.

3. Пользуясь СТБ 953 «Игрушки. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение» (№ 1760), установите и обоснуйте правильность упаковки следующих игрушек, поступивших в секцию «Игрушки» универсама ОАО «Гомель»:

- кукол размером по высоте 250–300 мм, упакованных в пакеты из полимерной пленки;
- электромеханических машинок в жесткой индивидуальной упаковке, плотно уложенных в транспортной таре (масса брутто 30 кг);
- электронных игрушек в жесткой индивидуальной таре;
- электромеханических роботов без источников питания;
- стеклянных елочных украшений в наборе в коробках без ячеек-вкладышей (размер в диаметре 20 мм);
- велосипедов в транспортной таре без потребительской.

### **Задание 6.3. Контрольное**

Проведите анализ функций упаковки на конкретных примерах:

- сигареты;
- духи;
- зубная паста;
- крем;
- шампунь;
- кукла;
- хлеб.

Определите их приоритетность для конкретного товара.

## **Работа 7. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ**

**Цель работы:** изучить сущность, требования и виды маркировки товаров, особенности маркировки транспортной тары и потребительской упаковки, виды товарных знаков.

**Контроль усвоения:** устный опрос или тестирование.

Л.: [5], [7]–[9], [13], [16].

### ***Материальное обеспечение***

1. Натуральные образцы товаров с различными видами маркировки.
2. Натуральные образцы товаров с различными видами товарных знаков.
3. Натуральные образцы упаковки.

4. Натуральные образцы упаковки с изображением товарных знаков.
5. Каталоги на товары.
6. ГОСТ 14192 «Маркировка грузов».
7. Методические рекомендации по упаковке и маркировке товаров.
8. СТБ 1400 «Информация для потребителя. Товары непродовольственные. Общие требования».
9. ТР ТС 005/2011 «О безопасности упаковки» // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
10. Каталоги на товары.
11. Методические рекомендации по упаковке и маркировке товаров.
12. Закон Республики Беларусь «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров» // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.

### ***Основные теоретические сведения***

*Маркировка* – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные на упаковку и (или) товар, а также другие вспомогательные средства, предназначенные для идентификации товара или отдельных его свойств, доведения до потребителя информации об изготовителях (исполнителях), количественных и качественных характеристиках товара.

*Основные функции маркировки* – информационная; идентифицирующая; мотивационная; эмоциональная.

В зависимости от места нанесения различают маркировку производственную и торговую.

*Производственная маркировка* – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем (исполнителем) на товар и (или) упаковку и (или) другие носители информации.

Носителями производственной маркировки могут быть *этикетки, кольеретки, вкладыши, ярлыки, бирки, контрольные ленты, клейма, штампы и др.*

*Этикетки* наносятся типографским или иным способом на товар или упаковку. Они отличаются значительной информационной емкостью. Кроме текста, часто содержат изображения, символы. Из всех носителей маркировки этикетка содержит наиболее обширные по ко-

личеству характеризующих признаков сведения. Маркировка на этикетках может содержать пояснительные тексты.

*Кольеретки* – разновидность этикеток, имеют особую форму, наклеиваются на горлышко бутылок. Кольеретки не несут большой информационной нагрузки, в основном их назначение – эстетическое оформление бутылок.

*Вкладыши* – это разновидность этикеток, отличающиеся от них направленностью товарной информации, предназначенные для сообщения кратких сведений о наименовании товара, изготовителе (наименование организации, номер смены).

*Бирки и ярлыки* – носители маркировки, которые приклеиваются, прикладываются или подвешиваются к товару. Для них характерны меньшая информационная емкость, ограниченный перечень сведений, отсутствие рисунков.

*Контрольные ленты* – это носители краткой дублирующей товарной информации, выполняемой на небольшой ленте и предназначенной для контроля или восстановления сведений о товаре в случае утраты этикетки, бирки или ярлыка. Они могут применяться в дополнение, реже взамен других носителей информации.

*Клейма и штампы* – носители информации, предназначенные для нанесения идентифицирующих условных обозначений на товары, упаковку, этикетки с помощью специальных приспособлений установленной формы.

*Рельефная маркировка* в виде выдавленных букв, цифр, иных условных обозначений встречается на металлических консервных банках, реже на крышках стеклянных банок. Кроме того, этим способом маркируют двигатели автомобилей, а также некоторые товары сложного технического назначения. Рельефная маркировка встречается и на стеклянной упаковке (бутылки, банки), иногда на стеклянной посуде (например, на донышке граненых стаканов).

*Торговая маркировка* – текст, условные обозначения или рисунок, нанесенные изготовителем на товарные (или) кассовые чеки, упаковки и (или) товар.

Носителями торговой маркировки служат *ценники, товарные и кассовые чеки*.

Маркировка может включать три элемента: *текст, рисунок, условные обозначения или информационные знаки (ИЗ)*.

Эти составные элементы различаются соотношением и степенью доступности товарной информации, шириной распространения и разными функциями.

Товарный знак – неотъемлемый элемент товарной политики, занимающий значительное место в формировании современного образа товара и его имиджа.

В современной литературе понятие торгового знака ассоциируется с такими понятиями как торговая марка и бренд. Это понятие близкие, но не идентичные.

*Торговая марка* – это имя, термин, знак, символ, рисунок или их сочетание, присущие конкретному виду товара с определенными потребительскими свойствами и предназначенные для его идентификации и отличия от других товаров того же вида. Произносимая часть торговой марки – *марочное название* – (*Кнор*). Изобразительная часть торговой марки – символ, рисунок – *марочный знак* – *изображение повара*.

*Товарный знак* – обозначение, присвоенное товару для его отличия от других товаров, зарегистрированное и охраняемое законом в установленном порядке. Он представляет собой рисунок (символ, знак), определенное сочетание букв, чисел.

*Товарным знаком* может быть марка или ее часть, обеспеченные правовой защитой. Многие символы и обозначения не охраняемы, то нередко встречается ситуация, когда товарным знаком является лишь часть торговой марки. Например, компания, владеющая товарным знаком «Conte – престиж», «Conte – бикини», на самом деле имеет исключительное право только на слово «конте», поскольку слово «престиж», «бикини» не являются охраняемыми элементами.

Товарный знак предполагает наличие исключительных прав владельца на использование слова, символа, сочетания букв и цифр, других приспособлений, как, например, отличительной упаковки, используемой для идентификации товаров одной компании и отличия их товаров от товаров других фирм на весь период их продаж.

### **Задание 7.1. Изучение теоретических положений по маркировке непродовольственных товаров**

Изучив соответствующий материал по литературным источникам и конспекту лекций, подготовьте в устной или реферативной форме (по заданию преподавателя) ответы по следующим вопросам:

1. Виды, формы, средства товарной информации.
2. Технические документы: сущность, классификация, характеристика видов.
3. Определение маркировки.

4. Какова структура маркировки?
5. Какие требования предъявляют к маркировке?
6. Каковы функции современной маркировки?
7. Носители торговой и производственной маркировки.
8. В чем сущность правила «трех Д»?
9. Какие знаки следует относить к информационным?
10. Сущность знаков соответствия.
11. Какое начертание имеют предупредительные знаки?
12. Охарактеризуйте основные предупредительные информационные знаки.
13. С какой целью применяют знаки управления?
14. Что такое компонентные знаки?
15. Какие символы по уходу вы знаете?
16. Какую роль выполняют символы по уходу?
17. Какие знаки следует относить к манипуляционным?
18. Какие знаки применяют для маркировки грузов?
19. Определение товарного знака.
20. Чем термин «товарный знак» отличается от термина «торговая марка», «бренд»?
21. Каковы требования, предъявляемые к товарным знакам?
22. Как классифицируют товарные знаки?

### **Задание 7.2. Изучение особенностей маркировки товаров народного потребления и потребительской упаковки**

По СТБ 1400 «Информация для потребителя. Товары непродовольственные. Общие требования» изучите информационное обеспечение товаров (основные виды информации на товаре и требования к ним).

Результаты работы оформите в произвольной форме.

### **Задание 7.3. Анализ информационного обеспечения товаров**

На примере товаров, предложенных преподавателем, проанализируйте правильность и полноту представленной на них (или упаковке) товарной информации.

Результаты работы оформите по форме таблицы 17.

**Таблица 17 – Характеристика товара с позиции качества товарной информации**

Вид	Товарная информация на товаре или упаковке
-----	--

товара	Функции	Вид	Носитель	Информационная емкость	Структура маркировки		
					Текст	Рисунок	Информационный знак

#### **Задание 7.4. Изучение особенностей маркировки транспортной тары**

По ГОСТу 14192 «Маркировка грузов» изучите виды, расположение и содержание маркировки тары (маркировочных ярлыков).

Результаты работы оформите в виде в произвольной форме.

#### **Задание 7.5. Изучение символов и пиктограмм по уходу за товарами, товарных знаков**

Выполните следующее:

1. Используя ТНПА на соответствующие группы товаров, изучите основные группы символов по уходу, наносимых на изделия, научитесь их читать.

Результаты работы оформите в произвольной форме.

2. Используя ТР ТС «О безопасности упаковки», научитесь читать маркировку, наносимые на различные виды упаковки.

#### **Задание 7.6. Контрольное**

*Вариант 1.* Используя ГОСТ 10581 «Изделия швейные и трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», определите правильно ли наносит маркировку ТПФ «8 Марта» на чулочно-носочные изделия методом приклеивания ярлыка.

Обоснуйте верность выбранного способа.

*Вариант 2.* Используя ГОСТ 10581 «Изделия швейные и трикотажные. Маркировка, упаковка, транспортирование и хранение», объясните, верна ли маркировка «ассорти» для пачки, где упакованы чепчики розового и голубого цвета.

Укажите, насколько правильна маркировка путем приклеивания образцов тканей.

## **СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ**

1. **Головлева, Е. Л.** Торговая марка: теория и практика управления : учеб. пособие / Е. Л. Головлева. – М. : Вершина, 2013. – 176 с.
2. **Гофман, А. Б.** Мода и люди. Новая теория моды и модного поведения / А. Б. Гофман. – СПб. : Питер, 2014. – 208 с.
3. **О развитии** предпринимательской инициативы и стимулировании деловой активности в Республике Беларусь : Директива Президента Респ. Беларусь от 31 дек. 2010 г. № 4 // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
4. **Единая** система классификации и кодирования технико-экономической и социальной информации Республики Беларусь. Порядок разработки и ведения Общегосударственного классификатора РБ «Специальности и квалификации» : РД РБ 03180.500. – Минск : Госстандарт, 2002. – 14 с.
5. **О товарных** знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров : Закон Респ. Беларусь от 5 февр. 1993 г. № 2181-ХП // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.
6. **Классификация** товаров в соответствии с ТН ВЭД / авт.-сост. Т. М. Гайчук. – Минск : РУП «Белтаможсервис», 2014. – 96 с.
7. **Котлер, Ф.** Маркетинг. Менеджмент / Ф. Котлер. – СПб. : Питер, 2004. – 800 с.
8. **Котлер, Ф.** Новые маркетинговые технологии. Методики создания новых гениальных идей / Ф. Котлер. – СПб. : Нева, 2004. – 192 с.
9. **Кулешов, А. Б.** Конкуренция в вопросах и ответа : учеб. пособие / А. Б. Кулешов. – М. : ТК Велби, 2004. – 256 с.
10. **Магомедов, Ш. Ш.** Конкурентоспособность товаров / Ш. Ш. Магомедов. – М. : Дашков и К°, 2013. – 294 с.
11. **Несмелов, Н. М.** Основы и пути сохранения качества товаров / Н. М. Несмелов. – Минск : БГЭУ, 2014. – 115 с.
12. **Николаева, М. А.** Товароведение потребительских товаров : учеб. пособие / М. А. Николаева. – М. : НОРМА, 2017. – 283 с.



13. **О защите** прав потребителей : Закон Респ. Беларусь от 9 янв. 2002 г. № 90-З (ред. от 29 окт. 2015 г.) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр». – Минск, 2018.

14. **Петрище, Ф. А.** Теоретические основы товароведения и экспертизы непродовольственных товаров / Ф. А. Петрище. – М. : Дашков и К<sup>о</sup>, 2015. – 512 с.

15. **Республика** Беларусь в цифрах : краткий стат. сб. – Минск : М-во статистики и анализа Респ. Беларусь, 2018. – 642 с.

16. **Черник, Н. Ю.** Товарная политика / Н. Ю. Черник. – М. : ДизайнПро, 2005. – 267 с.

17. **Чечеткина, Н. М.** Товарная экспертиза / Н. М. Чечеткина, Т. И. Путилина. – Ростов н/Д : Феникс, 2016.

18. **Чечеткина, Н. М.** Экспертиза товаров / Н. М. Чечеткина, Т. И. Путилина. – М. : Изд-во ПРИОР, 2013.

19. **Шипинский, В. Г.** Упаковка и средства пакетирования / В. Г. Шипинский. – Минск : УП «Техноприбор», 2014. – 116 с.

## ПРИЛОЖЕНИЯ

### Приложение А

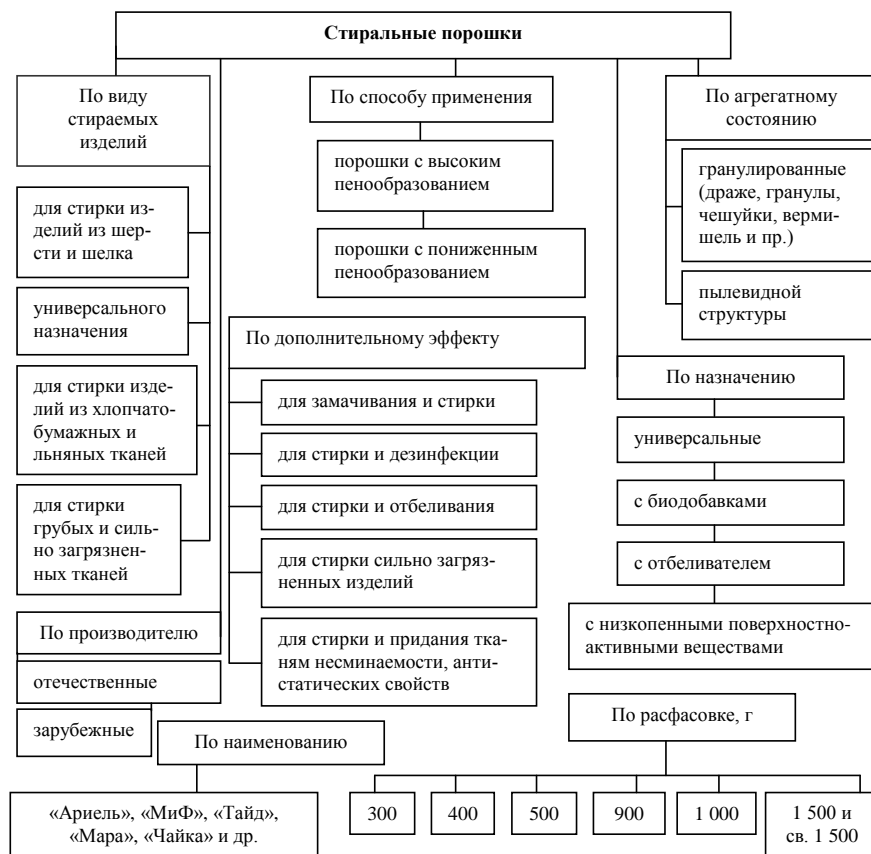
#### Классификация текстильных волокон



В основу классификации положено два основных признака:

- химический состав
- способ получения (происхождение)

## Классификация стиральных порошков



## Виды классификаций товаров

Таблица В.1 – Классификация СМС в ОКРБ 007-2012 «Классификатор продукции по видам экономической деятельности»

Степень классификации	Код	Наименование продукции
Секция	С	Продукция обрабатывающей промышленности
Подсекция	СЕ	Вещества химические и продукция химическая
Раздел	20	Вещества химические и продукция химическая
Группа	20.4	Мыло и средства моющие, чистящие и полирующие; парфюмерно-косметическая продукция
Класс	20.41	Мыло и средства моющие, чистящие и полирующие
Категория	20.41.3	Мыло, средства моющие и чистящие
Подкатегория	20.41.32	Средства моющие и чистящие
Виды (7 знаков), подвиды (8 знаков), группировки (9 знаков)	20.41.32.400	Средства поверхностно-активные, содержащие или нет мыло, расфасованные для розничной торговли (кроме используемых в качестве мыла)

Таблица В.2 – Классификация СМС по ТН ВЭД

Степень классификации	Код	Наименование
Раздел	VI	Продукция химической и связанной с ней отраслей продукции
Группа	34	Мыло, поверхностно-активные органические вещества, моющие средства, смазочные материалы, искусственные и готовые воски, составы для чистки или полировки, свечи и аналогичные изделия, пасты для лепки, пластилин, «зубоврачебный воск» и зубо-врачебные составы на основе гипса
Подгруппа	3402	Вещества поверхностно-активные органические (кроме мыла); поверхностно-активные средства, моющие средства (включая вспомогательные моющие средства) и средства чистящие, содержащие или не содержащие мыло (кроме средств товарной позиции 3401: вещества поверхностно-активные органические, расфасованные или не расфасованные для розничной продажи).
Позиция	3402 20	Средства, расфасованные для розничной продажи
Субпозиция	3402 20 900 0	Моющие и чистящие средства

**Таблица В.3 – Классификация средств для волос в ОКРБ 007-2012  
«Классификатор продукции по видам экономической  
деятельности»**

Код	Наименование
20.42.16	Шампуни, лаки для волос, средства для завивки или распрямления волос
20.42.16.300	Шампуни
20.42.16.500	Средства для перманентной завивки или распрямления волос
20.42.16.700	Лаки для волос
20.42.17	Лосьоны и прочие средства для волос, не включенные в другие группировки (кроме шампуней, лаков для волос, средств для завивки или распрямления волос)
20.42.17.200	Препараты (кондиционеры) для ухода за волосами
20.42.17.300	Лосьоны и пенообразующие средства для укладки волос
20.42.17.500	Кремы и бриллиантины для волос
20.42.17.700	Шампуни красящие, краски, средства для осветления волос
20.42.17.900	Средства для волос прочие

**Таблица В.4 – Товароведная классификация синтетических моющих средств**

Признак классификации	Характеристика
1	2
Род	Потребительские товары
Класс	Непродовольственные товары
Подкласс	Товары бытовой химии
Группа	Моющие и чистящие средства
Подгруппа	Синтетические моющие средства
Вид	Порошок стиральный
Разновидность	Универсальные, с биодобавками, с отбеливателем и с низкотенными поверхностно-активными веществами

## **СОДЕРЖАНИЕ**

Пояснительная записка.....	3
Тематический план лабораторных занятий.....	4
Задания лабораторных работ .....	5
Работа 1. Изучение классификации непродовольственных товаров .....	5
Работа 2. Изучение кодирования непродовольственных товаров.....	10
Работа 3. Изучение свойств и показателей ассортимента непродовольственных товаров .....	13
Работа 4. Изучение потребительских свойств непродовольственных товаров .....	18
Работа 5. Оценка уровня качества и конкурентоспособности непродовольственных товаров .....	20
Работа 6. Упаковка непродовольственных товаров.....	31
Работа 7. Информационное обеспечение непродовольственных товаров .....	35
Список рекомендуемой литературы .....	41
Приложения.....	43

Учебное издание

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ  
ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ  
(В ОТРАСЛИ)**

**Практикум  
для реализации содержания образовательных  
программ высшего образования I степени**

Автор-составитель  
**Целикова Лариса Владимировна**

Редактор Т. В. Гавриленко  
Компьютерная верстка Л. Ф. Барановская

Подписано в печать 20.01.20. Формат 60 × 84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Ризография.  
Усл. печ. л. 2,79. Уч.-изд. л. 2,63. Тираж 83 экз.  
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:  
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический  
университет потребительской кооперации».  
Свидетельство о государственной регистрации издателя,  
изготовителя, распространителя печатных изданий  
№ 1/138 от 08.01.2014.  
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.  
<http://www.i-bteu.by>

**БЕЛКООПСОЮЗ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

---

Кафедра товароведения

**ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ  
ОСНОВЫ ТОВАРОВЕДЕНИЯ  
(В ОТРАСЛИ)**

**Практикум  
для реализации содержания образовательных  
программ высшего образования I степени**

Гомель 2020